

puls Studie zur Nutzung von Internet-Neuwagenportalen
Neuwagenportale setzen den Automobilhandel unter Druck

Nürnberg, 21. Mai 2015

Nachdem sich in den letzten Jahren Gebrauchtwagenportale erfolgreich etabliert haben, werden auch die Neuwagenportale zu einer zunehmenden Konkurrenz für den klassischen Automobilhandel. Ein Grund für deren steigende Relevanz liegt darin, dass Autointeressenten von der heimischen Couch aus Neuwagenangebote unterschiedlicher Marken bequem vergleichen können. Die zunehmende Bedeutung von Neuwagenportalen hat nach einer repräsentativen Studie des Nürnberger Marktforschungsunternehmens *puls*, bei 1.011 deutschen Autokäufern, noch einen weiteren Grund: 45% derer, die das Angebot der Portale attraktiver finden, nennen den Preis als Hauptvorteil der Neuwagenportale. Das kommt bei den Autokäufern an: Laut *puls* Studie informieren sich 40% der Neuwageninteressenten vor dem Fahrzeugkauf bei Neuwagenportalen. Darüber hinaus informieren sich überraschenderweise auch 35% der Gebrauchtwageninteressenten über Neuwagenangebote auf den entsprechenden Portalen.

Beim Attraktivitätsvergleich zwischen Händlern und Portalen zeigt sich, dass 51% die Angebote auf Neuwagenportalen attraktiver finden, während immerhin jeder Dritte die Händlerangebote bevorzugt. Interessant ist auch, dass stattliche 71% das Angebot der Neuwagenportale mit dem ihres oder eines Händlers vergleichen. „In diesen Fällen gilt es Händlerleistung erlebbar und Neuwageninteressenten von Beginn an den Mehrwert deutlich zu machen, den sie haben, wenn sie ihr Fahrzeug bei einem Markenhändler in ihrer Nähe kaufen.“ kommentiert *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner die Ergebnisse. Im Zuge ihres Neuwagenkaufs informieren sich Autokäufer laut *puls* Studie vor allem bei AutoScout24 (29,0%) und mobile.de (26,6%). Auf den weiteren Plätzen folgen Neuwagen24, autohaus24 und MeinAuto.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 28
Anzahl Anschläge: 1.746 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum: 21. Mai 2015
Ansprechpartner: Dr. Konrad Weißner +49 (0) 911-9535-400
Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 20 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Audi, Volkswagen, GORE-TEX, ZF Services, Uniqo oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.